

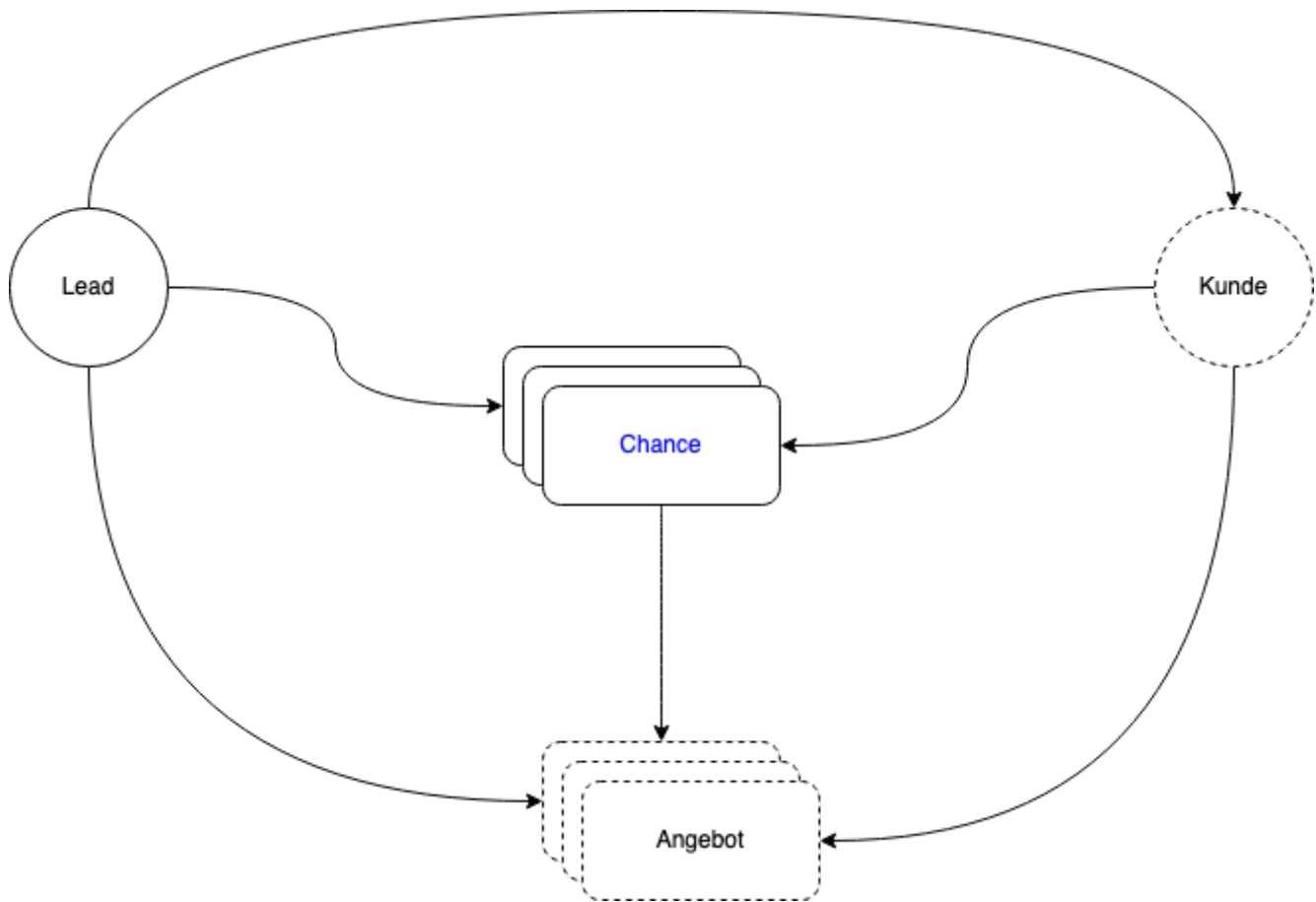
# Einführung in CRM

## Einleitung

Customer-Relationship-Management, kurz CRM (englisch für Kundenbeziehungsmanagement oder Kundenpflege), bezeichnet die konsequente Ausrichtung eines Unternehmens auf seine Kunden und die systematische Gestaltung der Kundenbeziehungsprozesse. Die dazugehörige Dokumentation und Verwaltung von Kundenbeziehungen ist ein wichtiger Baustein und ermöglicht ein vertieftes Beziehungsmarketing. In vielen Branchen (z. B. Telekommunikation, Versandhandel, Dienstleistungsunternehmen) sind Beziehungen zwischen Unternehmen und Kunden langfristig ausgerichtet. Mittels CRM werden diese Kundenbeziehungen gepflegt, was sich maßgeblich auf den Unternehmenserfolg auswirken soll.

Quelle: <https://de.wikipedia.org/wiki/Customer-Relationship-Management>

## Übersicht des Moduls



## Stammdaten

- [Lead](#)
- [Adresse \(Address\)](#)
- [Kontakt \(Contact\)](#)
- [Kunde \(Customer\)](#)

## Transaktionen

- [Chance \(Opportunity\)](#)
- [Angebot \(Quotation\)](#)

## Stati in CRM

Die Stati in CRM zwischen den Dokumenten Lead, Chance, Angebot und Kunden haben Abhängigkeiten zueinander

Lead	Chance	Angebot	Kundenenauftrag
	Offen	Entwurf	
	Beantwortet	Abgebrochen	
"Nicht Kontakt aufnehmen"	Verloren ohne		
	Verloren		
"Verlorene Angebot"	Angebot	Verlore (Chancen können nicht mehr auf "Verloren" gestellt werden).	
	Angebot	Offen	
Umgewandelt	umgewandelt	Bestellt	Gebucht
Chance	Geschlossen (Leads können nicht auf "Lead" gestellt werden)		

## Weiterführende Links

- [Einführung in Vertrieb](#)

---

Version #28

Erstellt: 24 Juli 2020 11:48:02

Zuletzt aktualisiert: 9 September 2024 10:18:58